

**PENGARUH FAKTOR SITUASIONAL DALAM TOKO TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN YANG TIDAK DIRENCANAKAN OLEH
KONSUMEN DI GIANT SUPERMARKET WIYUNG SURABAYA**

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN**



DIAJUKAN OLEH :

DEDDY CHANDRA
No. Pokok : 040023600 E

KEPADA
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2004

SKRIPSI

**PENGARUH FAKTOR SITUASIONAL DALAM TOKO TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN YANG TIDAK DIRENCANAKAN OLEH
KONSUMEN DI GIANT SUPERMARKET WIYUNG SURABAYA**

DIAJUKAN OLEH


DEDDY CHANDRA

No. Pokok : 040023600 E



TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING,

A handwritten signature in black ink, appearing to be "Tanti Handriana".

TANTI HANDRIANA, SE, MSI.

TANGGAL 17 - 02 - 2004

KETUA PROGRAM STUDI,

A handwritten signature in black ink, appearing to be "Dr. H. Amiruddin Umar".

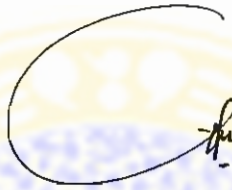
DR. H. AMIRUDDIN UMAR, SE.

TANGGAL 19 - 02 - 2004

Surabaya, 15 January 2004

Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji

Dosen Pembimbing



TANTI HANDRIANA, SE, MSI.



ABSTRAKSI

Peranan toko sangat penting dalam proses pemenuhan kebutuhan konsumen. Hampir semua produk kebutuhan sehari-hari dapat diperoleh dalam suatu toko seperti toko sepatu, toko pakaian, dan lain sebagainya, baik toko pengecer maupun toko grosir yaitu toko yang hanya melayani penjualan dalam jumlah besar (partai) untuk keperluan bisnis konsumen. Di dalam toko inilah transaksi jual beli antara produsen atau penjual dengan konsumen terjadi. Konsumen melakukan proses pemilihan, pencarian, dan sering pengambilan keputusan pembelian atas suatu produk terjadi di dalam toko.

Begitu pula yang terjadi pada Giant Supermarket Wiyung di Surabaya. Hampir semua produk kebutuhan sehari-hari disediakan, dan berbagai rangsangan ditawarkan dengan menciptakan situasional pembelian yang menarik. Dengan upaya diharapkan dapat menimbulkan minat konsumen untuk membeli dan melakukan pembelian yang tidak direncanakan sebelumnya di dalam Giant Supermarket Wiyung.

Menyadari pentingnya faktor situasional dalam toko yang terdiri dari pengetahuan tentang toko dan ketersediaan waktu untuk berbelanja dalam menentukan keputusan pembelian yang tidak direncanakan sebelumnya khususnya di Giant Supermarket Wiyung Surabaya, maka dilakukan penelitian mengenai pengaruh faktor situasional dalam toko terhadap pengambilan keputusan pembelian yang tidak direncanakan oleh konsumen di Giant Supermarket Wiyung Surabaya.

Dengan menggunakan alat uji Regresi Linear Berganda dapat diketahui bahwa :

1. Pengetahuan tentang toko (X_1) dan Ketersediaan waktu (X_2) baik secara parsial maupun secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pembelian yang tidak direncanakan oleh konsumen di Giant Supermarket Wiyung Surabaya (Y). Hal ini didukung oleh nilai $F_{hitung} = 330,529 > F_{tabel} = 3,040$ dan nilai t_{hitung} Pengetahuan tentang toko (X_1) = $11,082 > t_{tabel} = 1,960$, serta nilai t_{hitung} Ketersediaan waktu (X_2) = $17,741 > t_{tabel} = 1,960$, sehingga hipotesis dalam penelitian ini terbukti kebenarannya.
2. Nilai $R Square (R^2)$ atau koefisien determinasi sebesar 0,770. Hal ini berarti bahwa sebesar 77,0% Pengambilan keputusan pembelian yang tidak direncanakan secara bersama-sama dipengaruhi oleh Pengetahuan tentang toko (X_1) dan Ketersediaan waktu (X_2).
3. Variabel Ketersediaan waktu (X_2) mempunyai pengaruh dominan terhadap pembelian yang tidak direncanakan oleh konsumen di Giant Supermarket Wiyung Surabaya, hal ini dapat dilihat dari nilai $\beta = 0,535$ yang lebih tinggi dari variabel Pengetahuan tentang toko (X_1).